



TÜRKİYE'DE KÜRESEL DOĞAN İŞLETMELER ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

A Qualitative Study on Born Global Businesses in Turkey

Öğr. Gör. Yeliz CANKURTARAN

Amasya Üniversitesi, Sabuncu oğlu Şerefettin Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Teknikler ve Hizmetler Bölümü, Amasya /Türkiye

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0030-3354>



ÖZET

Son zamanlarda, Born Globals fenomeni firmaların uluslararasılaşma süreçleri ile ilgili birçok makalede vurgulanmıştır. Bu tür firmalar doğdukları andan itibaren veya çok kısa bir süre sonra uluslararası hatta küresel bir yaklaşım benimsiyorlar. Bazı yazarlar bu olguyu geleneksel uluslararasılaşma modellerine güçlü bir karşıtlık olarak görmektedir. Elbette, bu modellerin tezahürlerini, yani firmanın "sudaki halkalar" gibi uluslararasılaştırması gereken, yani coğrafi olarak yavaş ve kademeli bir şekilde aşamalandırılması gereken aşamalar modelini göz önünde bulundurması durumunda doğrudur. pazarlar, pazara giriş modu ve ürün politikası. Bu makale alana üç şekilde katkıda bulunmaktadır: Born Globals hakkında bildirilen ampirik kanıtları özetlemektedir; fenomeni daha derin bir teorik düzeyde yorumlar ve araştırma konusuna yeni bir anlayış kazandırır; ve fenomenin yükselmesi için gerekli ve yeterli koşulların yanı sıra öncülleri hakkında önerilerde bulunur. Bunu yaparken sonuç, Born Globals'in evrimsel düşünceye uygun bir şekilde büyüdüğü yönündedir (Madsen vd.,1997).

Anahtar Sözcükler: Uluslararasılaşma, Küresel Doğan İşletme, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme, Küreselleşme

ABSTRACT

Recently, the phenomenon of Born Globals has been emphasized in many articles on the internationalization processes of firms. Such firms adopt an international or even global approach from the moment they are born or a very short time later. Some authors see this phenomenon as a strong contrast to traditional models of internationalization. Of course, this is true if one considers the manifestations of models, namely the model of stages that the firm must internationalize like "rings in the water", that is, it must be phased out geographically slowly and gradually. markets, market entry mode and product policy. This article contributes to the field in three ways: it summarizes the empirical evidence reported on Born Globals; interprets the phenomenon at a deeper theoretical level and provides a new understanding of the research topic; and makes suggestions about the antecedents as well as the necessary and sufficient conditions for the rise of the phenomenon. In doing so, the conclusion is that Born Globals has grown in line with evolutionary thinking (Madsen et al., 1997).

Keywords: Internationalization, Global Born Business, Small and Medium Business, Globalization

1. GİRİŞ

'Son yirmi yıldır, dünyanın her yerinde gerek ekonomik, gerek sosyal ve gerekse siyasal bütün analizlerde "küreselleşme" anahtar bir fikir olarak değerlendirilmektedir. Akademik ve ekonomik çevrelerde de üzerinde çok tartışma yapılan fikirlerin başında "küreselleşme" fikri ortaya çıkmaktadır. Sözü edilen çevreler tarafından küreselleşmenin ne olduğu, sebepleri, sonuçları, olumlu ve olumsuz yanları farklı düşünce biçimleri çerçevesinde incelenmektedir. Bu konulardaki incelemelerin boyutu ne olursa olsun, bu tartışmalar, konunun çok önemli olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Küreselleşmenin kavramsal içeriği ve faktörleriyle ile alakalı tartışmalar sürekli devam etmektedir. Bunun yanında, küreselleşmenin başlangıç dönemi olarak birbirinden çok uzak zaman dilimleri anlatılmaktadır. Küreselleşmenin faktörleri üzerinde (uluslararası ticaret ve uluslararası ticarete açık olmak, sermaye hareketliliği, işgücü hareketliliği, çokuluslu işletmeler, üretimin değişen yapısı, teknoloji üretme kullanabilme ve endüstri ilişkilerinde dönüşüm-yeni istihdam biçimleri) genel olarak bir anlaşmaya varıldığı söylenebilir' (Kaya vd., 2007:260-261).

Küreselleşme kavramının şöhretine ve bu konudaki literatürün yaygınlığına rağmen terimin mutlak bir tanımı bulunmamaktadır. Değişik anlamalara gelen tanımlar sebebiyle, küreselleşme kavramının yanlış anlaşılma sorunu muhtemeldir (Kaya vd., 2007:261).

Küreselleşme, en basit anlamda, yerkürenin farklı bölgelerinde yaşayan insan, toplum ve devletler arasındaki iletişim ve etkileşim derecesinin “karşılıklı bağımlılık” kavramı çerçevesinde giderek artması olarak tanımlanabilir (Bayar,F. 2008:25). Küreselleşme, özünde ülkelerin ve insanların bütünleşerek, insanların, sermayenin, malların, emeğin ve akla gelebilecek sınırlamalara tabi olan her şeyin önündeki engellerin kaldırılması olarak da tanımlanabilir (Doğruluk, M. 2021:109).

Son yenilik, bilgi ve yetenekler firmanın stratejisi ve performansı üzerine, araştırma konularının merkezi olmuştur. Uluslararası alanda faaliyet gösteren şirketler kalkınma uluslararasılaşmanın ilk uygulayıcıları veya 'küresel doğan firmalar' dünya çapında önemli sayıda ortaya çıkmaktadır. Kıt olan finansal, insani ve somut kaynaklara rağmen çoğu yeni işletme erken uluslararasılaşıyor, firmalar evrimin başlarında yenilikçilik, bilgi ve yeteneklerden önemli ölçüde yararlanarak, dış pazar başarısını yakalıyor. Bu firmaların ayırt edici özelliği, kökenlerinin uluslararası, yönetimin küresel odak noktası ve özel kaynakların uluslararası faaliyetlere bağlılığıdır. Geleneksel firmaların aksine, uluslararasılaşmanın bu ilk uygulayıcıları, ihtiyaç duyulan yetenekleri geliştirerek, yavaş yavaş uluslararası ticarete dönüşebilir. Doğuşun yaygın ortaya çıkışına ilişkin raporlar da, birçok ülkede bunun önemli bir olgu olduğunu belirtiyor (Çavuşgil vd.,2004:125).

Küresel doğan şirketlerin hızlandırılmış uluslararasılaşmasını açıklamaya yönelik mevcut yaklaşımlar, firmanın yasal kuruluşu öncesinde bu firmalar ve kurucuları tarafından üstlenilen öğrenmeyi yakalayamadıkları için eksiktir. Mevcut literatüre dayanarak ve rekabetçi stratejinin dinamik yetenekler görünümünden yararlanarak, bu makale doğuştan gelen global firma uluslararasılaşmasının kavramsal bir modelini sunmaktadır. Uluslararası odaklı girişimci kurucular tarafından oluşturulan ve beslenen bir dizi dinamik yeteneğin, bu firmaların hızlandırılmış pazara girişlerinin önünü açan en son bilgi yoğun ürünler geliştirmelerini sağladıklarını düşünüyoruz. Buna yönelik öneriler geliştirerek, sonuç açıklamalarını sunacağım.

2. KÜRESEL İŞLETME KAVRAMININ TARİHİ

'Born Global' konsepti, McKinsey tarafından Avustralya Üretim Konseyi için yapılan bir ankette üretildi. Bu yeni türün keşfinin sonuçları Tamer Cavuşgil'in ilk bilimsel makalesinde açıkça belirtiliyor. Avustralya'da yeni bir ihracatçı firma türü ortaya çıkmaktadır. Bu ihracatçıların ortaya çıkmasına rağmen, Avustralya ekonomisine özgü, 1990'ların iki temel fenomenini yansıtır: 1. küçük güzel. 2.Geleneksel uluslararasılaşma öldü (Rasmussen vd.,2002:5-6).

Avustralya projesi, küçük ve orta ölçekli üretim firmaları arasında yeni ihracatçıların analizinden oluşuyordu. Bu, odaklanmanın yeni - girişimci - olmadığı anlamına geliyordu. Küresel işletme ile ilgili diğer araştırmalarda görüldüğü gibi firmalar, ancak son zamanlarda ihracata başladı. Ayrıca, son 5 yıl içinde artan ihracat yapan firmalar üzerinde duruldu. Uluslararası. 700'den fazla yeni ihracatçı tespit edildi ve bunlardan 310'u anket ve 56 ile görüşme yapılmıştır. Bu yeni ihracatçı türlerinin (hatta eski firmalar) karakteristiği, ihracatı ve dış pazarları gerekli bir kötülük olarak görmemeleriydi. Bunun yerine dünyayı tek bir büyük pazar olarak gördüler. En önemli sonuç Bununla birlikte, anketin iki tipi ihracatçının açıkça ayırt edilebileceği yönündeydi (Rasmussen vd.,2002:7).

Avustralya'daki Born Global şirketleri arasında birkaç yüksek teknoloji firması vardır, ancak tipik firma iyi bilinen teknolojiyi kullanır. Firmalar için karakteristik olan, daha yüksek deneyime sahip olmalarıdır. Avustralya'daki diğer sektörler göre büyüme oranları ve ihracatlarında büyük bir büyüme söz konusudur. Born Global'in fenomenini açıklamada önemli bir faktör yönetimin uluslararasılaşma taahhüdü, bir diğer önemli faktör de, firmanın küresel ölçekte üretim, pazarlama vb. standartlaştırma yeteneğidir. Cavuşgil (1994) McKinsey raporunu yorumlayarak 'kademeli uluslararasılaşma ölü' şeklinde yorumlamıştır. Herkes, en küçük firma bile ihracat pazarları hakkındaki bilgilere erişebilir ve yeni bir firmanın doğumundan itibaren birkaç yılda ihracat yapmaya başlayabilir. Tabii ki bunun doğru olup olmadığı tartışılabilir (Rasmussen vd.,2002:7).

3. KÜRESELLEŞMENİN KAVRAMI

Doğuştan küreseller, ekonomik büyüme üzerindeki etkilerinin son birkaç on yılda yaygın olarak belirtilmesi nedeniyle önemli bir araştırma alanı haline geldi. Bilgi ve iletişim teknolojisinin gelişimi, ulaşım bağlantıları, gerçek zamanlı finans sistemleri ve diğerleri dahil olmak üzere makro iş ortamında meydana gelen değişiklikler, doğuştan küresellerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Oviatt ve McDougall (1995) ilk olarak doğuştan küreselleri yenilik odaklı, büyüme odaklı ve sınırlı kaynaklarla büyüyen önemli bir firma türü olarak tanıtmışlardır (Suojanen, K. 2021:8).

Doğuştan küresellerin uluslararasılaşma süreci, dış pazarlara genişlemenin kademeli olarak gerçekleştiği uluslararasılaşma aşama modeline karşı çıktığı için, bu firmaların erken ve hızlı uluslararasılaşması, özellikle araştırmaların önemli bir odak noktası olmuştur. Erken uluslararasılaşmanın yanı sıra, daha yakın tarihli çalışmalar, doğuştan gelen küreseller ve uluslararası girişimciliğin fırsat yönüne odaklanmıştır. Ayrıca, son birkaç on yılda küresel doğanlar üzerine yoğun araştırma ilgisi, uluslararası yeni girişimler, yeniden doğan küreseller ve küresel girişimler gibi hızlı uluslararasılaşan firmaların çeşitli farklı tanımlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu nedenle, bu firmaların çoğunluğu erken varoluşlarında başarısız olduklarından, doğmuş küresellerin gelişimini ve nasıl yerleşik şirketler haline geldiklerine dair kalıpları incelemenin önemli olduğu düşünülmektedir (Suojanen, K. 2021:8).

Kavram olarak “küreselleşme” (globalization) kökeni uzun yıllara dayansa da, oldukça yenidir. İlk olarak 1960’larda ortaya çıkmış olan, küreselleşme kavramı 1980’lerde ise sıkça kullanılmaya başlanmıştır. 1990’lara gelindiğinde de, bilim adamlarının bu kavramın önemini kabul ettiği önemli bir kelime haline gelmiştir (Aydemir, Kaya, 2007,261). Küreselleşmenin tanımı ve anlamı kişiden kişiye değişir. Çünkü küreselleşme artık dünyada yaşanan gelişmeleri belirtmek için kullanılmaktadır ve bu gelişmelerin politik, ekonomik, kültürel, toplumsal ve teknolojik boyutları vardır. Dünyadaki ülkelerin birbirlerine olan bağılıklarının artması ve ekonomik anlamda bütünleşmenin yaygın hale gelmesi küreselleşme olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca küreselleşme uluslararası işletmecilik faaliyetlerini hızlandıran önemli bir etken haline gelmiştir (Aydemir vd., 2007,262).

İşletmelerin uluslararasılaşma sürecinde temel olarak iki model vardır. Bunlardan ilki, Geleneksel Uluslararasılaşma Modelleri, ikincisi ise Küresel Doğan İşletme Modelidir. Geleneksel uluslararasılaşma modelleri ise “Uppsala Modeli” ve “Yenilikle İlişkili Modeller” olmak üzere iki biçimde karşımıza çıkar. Geleneksel Uluslararasılaşma Modelleri ve Küresel Doğan İşletme Modellerinin ortak özelliği aşamalardan meydana gelmesidir ve işletmeler süreç aşamalarında ilerledikçe uluslararasılaşmayla bir adım daha fazla bütünleşmeleridir. Uppsala uluslararasılaşma modelinde, işletmeler sürecin aşamalarında gerekli bilgi ve tecrübeyi elde ettikten sonra bir sonraki aşamaya girmektedir. Yenilikle ilişkili uluslararasılaşma modelinde ise, işletme ilk defa diğer ülke pazarlarına satış yaparak bir yenilik gerçekleştirmektedir (Aydemir vd., 2007,264).

4. ULUSLARARASILAŞMA KAVRAMI

İşletmeler faaliyetlerini ulusal sınırlarının dışına yayarlarsa, bu durumda uluslararasılaşmadan bahsedebiliriz. İşletmeler uluslararası pazarda bulunmaya başladığı zaman, uluslararası nitelik kazanmış olmaktadır. Bu, ihracat yoluyla, doğrudan yatırım ya da lisans anlaşmaları yoluyla olabilir. Liteatürde, ihracat aşamasında olmak uluslararasılaşma olarak kabul edilmektedir. Uluslararasılaşmanın tanımını yapmak pek kolay değildir. Bu sebepten dolayı, uluslararasılaşmanın birçok tanımı vardır. Bir tanıma göre, uluslararasılaşma firmanın imkânlarıyla (Strateji, yapı, kaynak gibi) uluslararası çevreye uyum sağlamasıdır (Avcı, 2007:36-37).

Bir başka tanıma göre, uluslararasılaşma, işletmeler için uluslararası alanda oluşan fırsat ve risklerin tamamıdır. Uluslararasılaşma arttıkça fırsatlar da riskler de artar. Bu açıdan düşünüldüğünde ise, uluslararasılaşma süreci, işletme için fırsatların çoğaltılması ve risklerin en aza indirilmesini ortaya koyar(Öztürk,2014:30).

5. KÜRESEL DOĞAN İŞLETMELERİN ORTAYA ÇIKMASINI KOLAYLAŞTIRAN FAKTÖRLER

5.1. ‘Pazarın küreselleşmesi, işletmeleri yurtdışı pazarlarda etkinlikte bulunmaya mecbur etmiş ve bütün işletmelerin bilgiye, teknolojiye, araçları daha basit elde edebilir duruma gelmesini mümkün kılmıştır.

5.2. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler, kaynak sınırlılığı ile bağdaşan KOBİ’lerin bilgiye; telefon, fax, sesli posta, e-posta internet ve bilgisayar destekli teknolojileri kullanarak kolaylıkla, süratli, etkili ve ucuz bir biçimde ulaşmasına fırsat tanımıştır.

5.3. Küçük ölçekli işletme olmanın avantajı, ile işletmeler daha çabuk karar alabilmekte, müşterilerin özel istek ve gereksinimlerine daha kolay karşılayabilmekte, hitap edeceği uluslararası pazarların standartlarına daha kolay uymaktadır.

5.4. Üretim teknolojisindeki ilerlemeler, birçok endüstride KOBİ’ler için parti halinde ve düşük ölçekte üretim yapmayı daha ekonomik hale getirmiştir. Her bir parti grubundan az miktarda üretebilme imkânı, pazardaki segmentleri daraltmış ve neredeyse işletmeler kişiye özel üretim yapmaya başlamıştır.

5.5. Küresel ağ bağlantılarının (şebeke ilişkilerinin) büyüyen önemi ile sınırlı kaynağa sahip olan KOBİ'ler, uluslararası işletmecilik faaliyetlerini geleneksel alıcılar, satıcılar, yabancı dağıtıcılar, ticaret işletmeleri, stratejik iş ortakları vb. bağlantılar ile daha kolay yapabilir hale gelmiştir.

5.6. Niş pazarların rolü, sınırlı kaynaklara ve imkânlarla sahip olan KOBİ'lerin kişiye özel hizmet sunarak veya ürün arzında uzmanlaşmaya giderek büyük ölçekli işletmeler karşısında kendine bir çıkış yaratmasına imkân vermiştir' (Çavuşgil vd.,2011).

6. KÜRESEL DOĞAN İŞLETMELER VE ÖZELLİKLERİ

'Küresel doğan işletme anlatımı 1993 yılında McKinsey&Company tarafından Avustralya'da yapılan bir araştırmayla ilk defa konsept şeklinde öne sürülmüş ve literatüre geçmiştir. İşletmelerin yavaş ve evrimsel bir aşamayla globalleşme yoluna gittiği düşünülen dönemden sonra, daha hareketli ve yeni kurulmuş küçük işletmelerin kurulur kurulmaz ya da kurulmalarından kısa süre sonra uluslararası alanda görünmeye başlaması araştırmacıların ilgisini çekmiştir. Geleneksel olarak uluslararasılaşan işletmelerin tersine; küresel doğan işletmeler kuruluşlarından başlayarak yabancı pazarları, yurtiçi pazarın kolay bir dalı şeklinde olmayıp, yönelinecek pazar alanı şeklinde değerlendirmektedirler. Kuruluşlarından başlayarak yaklaşık olarak iki yıl içinde bir ya da çok ürünle ihracatı ortaya çıkarmaktadırlar. Bu işletmelerde; toplam üretimlerinin en az dörtte birini ihraç etme yönelimi, ülkeler açısından ihracatta büyük roller üstlenmelerine rağmen çoğunlukla küçük üretici yapısı, yıllık satışlarının ortalama 100 milyon doları aşmadığı ve kurucularının büyük genelinin aktif girişimci oldukları gözler önüne serilmektedir' (Kalyoncuoğlu, 2010).

7. TÜRKİYE'DE KÜRESELLEŞMENİN ÖNEMİ

Türkiye'de Küresel Doğan İşletmeler kavramından bahsediliyor, fakat doğrudan Küresel Doğan İşletmeler'le ilgili akademik araştırmaların sayısının oldukça az olduğu görülmüştür. Küreselleşme konusu ülkemizde de çok gerekli ve önemlidir. Çünkü teknolojik gelişmeler ve rekabet ortamı gitgide artış göstermektedir. Türkiye ekonomisinde KOBİ'lerin ekonomideki yeri büyüktür. KOBİ özelliğindeki Küresel Doğan yurtdışı pazarlarda başarıyı yakalayabilmesi ve rekabetçi olmasının sağlanması için, işletmelerin ve girişimcilerinin özelliklerinin araştırılması ve bilinmesi gerekmektedir.

Türkiye'de uluslararasılaşma konusunda yönetimden kaynaklanan problemler olduğu bilinmektedir. Türkiye'de genellikle işletmeler aile işletmeleridir. Aile işletmelerinde merkezîyetçi yönetim, tutuculuk ve kayırmacılık gibi sorunlar uluslararasılaşma için gerekli olan yönetsel özelliklere engel oluşturmaktadır. Fakat bu işletmelerdeki girişimciler ve yöneticiler, Küresel Doğan İşletmelerin örneklerini ve gelişimlerini kavrayabilirlerse, yeni bakış açısı elde edebileceklerdir (Çavuşgil vd.,2011).

8. SONUÇ

Küreselleşme son zamanlarda en çok konuşulan ve ekonomik, siyasi ve sosyal konulardaki analizlerde dikkate alınan hayati terimlerden biridir. Terimin beğenilirliğine ve terimle alakalı literatür fazlalığı nedeniyle terimin net bir tanımı bulunmamaktadır (Aydemir vd.,2007:278).

'Uluslararasılaşma, şirketlerin faaliyetlerini, etkinliğe başladıkları ülkenin sınırlarının ilerisine götürmesi şeklinde tariflenebilir. Günümüzde birçok şirket çeşitli nedenlerden ötürü uluslararasılaşma ihtiyacı hissetmektedirler. Bu kimi zaman çok kar sağlamak, kimi zaman da şirket izlenimi yayma gibi çeşitli nedenlere dayanabilmektedir. Fakat tamamının kaynağında genellikle çok kar sağlamak arzusu vardır. Uluslararasılaşma mutlaka başlamalıdır ve şirketler yeni başlıyorlarsa çoğunlukla dolaylı ihracat yaparak başlarlar ve bu şirketler uluslararası faaliyetlere katılma derecelerini artırmak isterlerse, kendilerini doğrudan yabancı yatırım ya da diğer bir firmayı satın almaya kadar giden bir süreç içerisinde bulurlar ve bu süreç uluslararasılaşma süreci şeklinde isimlendirilir (Haghighi vd., 2016).

Son yıllarda çok fazla konuşulan kelime türlerinden biri de "küreselleşme" dir. Küreselleşme, sanki büyümlü bir güce hâkim olmuşçasına sosyal, ekonomik ve siyasi olayların nedenlerinin ortaya konulmasında vazgeçilemez cazibe biçimi meydana getirmektedir. Yaşanmış olan gelişmeleri belirtmeye uğraşan kuram veya çalışma bulunmamaktadır. Bu durum küreselleşme sözcüğüne oldukça fazla mana verilmesine sebep olmakta, bunun yanında sözcüğün ne olduğu hususunda şaşkırtmakta ve herkesin küreselleşme sözcüğünü çok değişik biçimlerde açıklamasına neden olmaktadır.

Küresel değişimlerin, uluslararası dönüşümü yaşatacağı bir gerçektir. Modernleşmeyle birlikte nasıl ki tüm dünya bu süreçten etkilendiyse, küreselleşme de aynı etkileşim sürecini yaşatacaktır. Küreselleşme olgusal

bağlamda tüm dünya ülkelerini sadece tek bir noktada değil, bütüncül bir paydada etkilemektedir. Fakat bahsi geçen etkiler, tüm ülkelerde ve tek tek bireylerde sonuçları bakımından aynı doğrultuda ve eş zamanlı bir biçimde olmayacaktır (Doğruluk, 2021:116-117).

Küreselleşme, çok taraflı ve tüm dünya devletleri etkileyen bir süreçtir. Zengin- fakir ülke, az gelişmiş ya da gelişmiş ülke gibi ayrımlar yapmaksızın tüm insanlığı olumlu veya olumsuz yönde etkilemektedir. Bu sebepten dolayı küreselleşme sürecinde devletlerin, bir şekilde sürece dâhil olup, özellikle de kriz dönemlerinde ortak ve uyumlu bir çözüm arayışına yönelmeleri kaçınılmaz bir gerekliliktir (Doğruluk, 2021:116-117).

KAYNAKÇA

Aydemir, C., Kaya, M. (2007). Küreselleşme Kavramı ve Ekonomik Yönü. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 6, Sayı 20,s. 260-282.

Avcı, S. (2007). İşletmelerin Uluslararasılaşması ve Küresel markalaşma (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Bayar Fırat, (2008), ‘Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye’, Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi, s.25-34, Üçüncü Katip, T.C. Seul Büyükelçiliği.

Çavuşgil, S. T., Knight, G. ve Üner, M. M. (2011). Türkiye'de küresel doğan işletmeler, Ankara, Detay Yayıncılık.

Doğruluk, M.B. (2021). Uluslararası İlişkiler Disiplininde Küreselleşme Sorunu,6,109-120.

Hahıgı, İ. , Albayrak, M. (2016). Küresel Doğan İşletmeler Ve Uluslararasılaşma Süreci, XII. Tarım Ekonomisi Kongresi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Türkiye, Isparta.

Kalyoncuoğlu., S. (2010). Küresel Doğan İşletme Kavramı Ve İşletmelerin Küresel Doğmasına Etki Eden Kurucu/Üst Düzey Yönetici Özellikleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Cilt 12,Sayı 3,s. 1-42.

Karra,N., Tracey,P. (2008). Building the Born Global Firm: Developing Entrepreneurial Capabilities for International New Venture, Cilt 41,Sayı 4,s. 440-458.

Kaya, Y. C. A. Ö. M. & Kaya, M. (2007). Küreselleşme Kavramı ve Ekonomik Yönü. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi , 6 (20) , 260-261

Knight,G., Çavuşgil,T. (2004).Innovation,organizational capabilities,and the born-global firm. Journal of International Business Studies, Cilt 6,Sayı 20,s. 124-141.

Madsen,T., Servais,P. (1997).Innovation,organizational capabilities,and the born-global firm. Journal of International Business Studies, Cilt 6,Sayı 6,s. 561-583.

Öztürk, O. (2014). Marka Yönetimi ve Uluslararasılaşma Süreci (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.

Rasmussen, Erik S. and Madsen, Tage Koed (2002), “The Born Global Concept”, 28th European International Business Academy (EIBA) Conference, December.

Suojanen, S. (2021). Antecedents and Factors Affecting Born Global Growth: Finnish Born Global Companies In Silicon Valley (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Lappeenranta-Lahti University of Technology LUT, School of Business and Management, Finlandiya.